

# 他提议动用维修基金后,有小区业主散播不实信息太难了,做啥都挨骂 法院还业委会主任公道

本报讯(株洲晚报融媒体记者/贺天鸿)俗话说远亲不如近邻,但小区业主群里的邻居们凑在一起,太近了免不了有“摩擦”,一旦情绪上头发表过激言论,就有可能侵犯他人名誉。近日,石峰区人民法院审理了一起名誉权纠纷案。

刘某原是某小区业委会主任,李某是小区业主。去年刘某在小区微信群中提议动用公共维修基金对小区消防设施进行整改,提升小区消防水平。因质疑动用维修基金的目的,李某在小区微信群中发表反对意见,并进一步发展为在微信群中对刘某的言语辱骂。

去年6月至9月期间,李某在小区微信群中发表言论,声称刘某“坐过牢”“贪污”“之前跑摩的,当业委会主任后,三年从跑摩的换房换车”,等等。

于是,刘某以李某在小区微信群中造谣、捏造歪曲事实、恶意散播不实信息,对其家庭生活造成了极大影响,严重侵犯其名誉权为由,向法院提起诉讼,请求判令李某立

即停止侵犯刘某名誉权的行为,并以书面形式向刘某赔礼道歉、恢复名誉,在其传播范围内以及在市级以上的报刊刊登消除影响。

经审理查明,李某在小区微信群中对刘某的言论属编造,并无事实依据。

法院审理认为,被告李某在微信群中对原告刘某发表的上述言论具有侮辱性,且没有事实根据,微信群作为新兴的网络传播方式,是一种开放性的网络舆论平台,具有一定的社会公共性,案涉微信群成员有几百人,且绝大部分为小区业主,李某的言论已经在一定范围内造成原告的社会评价降低,对原告名誉造成一定的负面影响,被告应当承担侵权的民事责任。

法院判决李某于判决生效之日起十日内在小区公共栏张贴向原告刘某致歉声明、消除影响、恢复名誉,声明自发布之日起至少保留七日。逾期不履行,法院将于相关媒体刊登判决书主要内容,所需费用由被告李某承担。

## 法官说法

根据《中华人民共和国民法典》第一千零二十四条的规定,民事主体享有名誉权。任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权。名誉是对民事主体的品德、声望、才能、信用等的社会评价。

侵犯名誉权是指行为人利用各种形式侮辱、诽谤他人的名誉,导致受害人的社会评价降低。判断是否构成名誉权侵权应根

据侵权行为人的行为违法性、受害人名誉被损害的后果、违法行为和损害后果之间的因果关系、行为人主观过错来认定。

当事人之间如果存在争议可以通过其他合法途径进行解决,切勿发表过激言论,采取侵害公民名誉的方式,否则应依法承担侵权责任。

# 人贩子到长沙了系谣言 造谣者已被行拘

本报讯(株洲晚报融媒体记者/沈全华)“有人贩子拐小孩卖器官,提醒各位父母注意小孩去向,莫一时大意丢了自家的宝贝儿……”连日来,此类信息在株洲多个微信群中流传,引发大家的关注。

据了解,株洲公安机关未接到相关报警,此类信息之前在长沙流传。11月23日,长沙市公安局望城分局已发布辟谣通报表示,网传长沙望城区发生多起拐卖儿童事件均系谣言。

通报称,近日,望城区白沙洲街道、月亮岛街道多个业主微信群内流传有人贩子拐小孩的言论,聊天内容被传播至多个学生家长群,引发广泛关注。经调查核实,网传“望洲府幼儿园出现人贩子”“润和紫郡小区业主自述小孩差点被拐卖走”“湘江重建地菜市场红衣女子偷小孩”等均系不实信息,系某某益(女,32岁,澳海文澜府小区居民)、吴某(男,31岁,润和紫郡小区居民)等人自行编造不实内容在微信群中发布。事后,长沙望城公安分局依法给予易某益行政拘留处罚,并对吴某等人进行批评教育。

我市公安机关提醒,网络不是法外之地,对于编造、散布谣言,扰乱社会秩序的行为,公安机关将依法查处打击。希望广大株洲市民不造谣、不信谣、不传谣,共同维护清朗网络环境。

## 相关链接

《中华人民共和国治安管理处罚法》第二十五条规定,有下列行为之一的,处5日以上10日以下拘留,可以并处500元以下罚款;情节较轻的,处5日以下拘留或者500元以下罚款:(一)散布谣言,谎报险情、疫情、警情或者以其他方法故意扰乱公共秩序的。《最高人民法院、最高人民检察院关于

办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件适用法律若干问题的解释》第五条明确:编造虚假信息,或者明知是编造的虚假信息,在信息网络上散布,或者组织、指使人员在信息网络上散布,起哄闹事,造成公共秩序严重混乱的,依照刑法第二百九十三条第一款第(四)项的规定,以寻衅滋事罪定罪处罚。



▲“人贩子拐卖小孩”的微信截图。长沙警方供图

# 情满敬老院 送上冬天的“第一口甜果”



▲爱心水果送到了敬老院老人手里。通讯员供图

本报讯(株洲晚报融媒体记者/肖捷 通讯员/黄明)“感谢你们的惦记,送来这么多水果!”荷塘区敬老院的刘姨微笑着说。

11月22日,荷塘区委统战部常务副部长周文洁一行来到位于桂花街道的荷塘区敬老院,第一时间将株洲飞鹿新材料技术股份有限公司捐赠的冰糖心苹果、砂糖橘和冬枣等新鲜水果送到院内的49名老人手上,温暖了每一位老人的心。

周文洁向机构负责人了解疫情期间老人们的饮食情况和健康状况,并表示,“老人们的健康是我们一直记挂的事,如果有什么需求尽管告诉我们,我们一定想办法协调解决。”

静默期间,养老院等机构的日常物资采购存在一定困难,荷塘区委统战部负责统筹协调社会捐赠爱心物资,有效解决了战疫一线人员、封控区的重点管控户及老弱病残孕等困难群体物资需求压力。株洲飞鹿新材料技术股份有限公司也彰显企业担当,共捐赠了1万余元水果,助力抗疫。

# 高考报名急需身份证 民警跨区送达

本报讯(株洲晚报融媒体记者/沈全华 通讯员/魏天宇)“太感谢你们了,要不是你们,我家孩子恐怕要错过高考报名了!”11月23日晚上,芦淞区居民杨先生将儿子的身份证交到芦淞公安分局刑侦大队民警钟武杰手中,不停地点头道谢。

11月23日中午,民警钟武杰收到杨先生的微信求助称,他儿子在天元区读高三,10月底刚刚办理了身份证用于报考,却因疫情原因无法到市民中心领取。杨先生认为身份证还在市民中心,希望民警能帮忙去领取身份证,然后送到天元区某学校秦老师手中,让老师帮忙高考报名。

了解情况后,钟武杰第一时间向大队领导汇报并得到批准。钟武杰先帮忙查询了身份证出处,了解到身份证已在芦淞区百花花园投放点,就联系快递员将身份证送到杨先生住处。下午5时许,钟武杰开车与杨先生见面,拿到杨先生孩子的身份证。

随后,钟武杰驱车赶往天元区某学校,在校门口保安的协助下,将身份证消杀后交给了孩子的老师。

# 扶贫帮困 资源嫁接 合作共赢

——株洲市青年企业家商会会长言敏



青商会,顾名思义,是青年企业家的商会,是创新创业人才的聚集地、成长平台和合作平台。突破了地域限制的青商会,最大限度地网罗了全市优秀的青年企业家,各行业汇聚,会员年轻有活力。

活力汇聚,青商会的活动排满了活动表。除了年度、季度大活动,青商会内每月、每周都有小活动。扶贫帮困、会员走访、各种

形式的学习、沙龙不断,在互动和碰撞中,株洲青商一起成长,彼此合作,实现外部资源嫁接和内部共赢。

今年,青商会成功完成了第四届选举,踏上了新征程。新一届青商会调整优化了组织架构,5个会员活动小组、5个工作部门和5个俱乐部,并设有海归分会、青商学院、人民调解委员会等特色机构。目前,青商会共有会员104人,聚焦会员情感新融合、会员事业新发展、商会建设新提升三个方面,新一届青商正在不断突破。

◀株洲市青年企业家商会会长言敏。 记者/成炫兰 摄

# 蒋小跃:创业最重要的是状态

株洲晚报融媒体记者/成炫兰



下午3点,蒋小跃一身运动装扮迎接记者采访。他客气地解释道,下午5点是他的运动时间,6点还要去参加青年企业家商会活动。

采访室里,刚放下的《鬼谷子》尚未合页。创业、学习、旅游健身、不可避免的极少量社交,是这位80后青年企业家主要的生活组成。

从一个想法到孵化出株洲唯一一家产值上亿元的艺术涂料生产企业,蒋小跃用了整整10年。“创业最重要的是要有状态,时刻积极,饱含热情,持续学习。”蒋小跃说,就是这种创业的状态,让他在环保涂料上闯出一条路来。



▲对环保涂料市场的商道,蒋小跃侃侃而谈。记者成炫兰摄

## 消费者视角产生的创业冲动

采访当天,蒋小跃的公司正在更新装修。楼道里,工人忙碌。会议室里,讨论激烈。“边装修边办公,不会影响健康吗?”记者问道。

“4年前买下这栋厂房,也是装修后马上就搬了进来,我们的产品从水泥毛坯开始,真正做到了全流程使用环保涂料。”蒋小跃说,这是对自己的产品信任,也是创办涂料企业的初衷。

原来,蒋小跃的家族皆从事摩托车配件生产、销售,跨界到环保涂料,还要从他装修房子开始。

“那时小孩刚出生,特别重视环保问题。”为此,蒋小跃每一种装修材料亲自采购,问得越多,疑惑越多。120平方米的房子,墙面面积达300多平方米,从水泥毛坯到腻子粉,要加不少胶水,对人体到底有多少伤害,蒋小跃心里没底。

困惑之中,蒋小跃也看到商机。走访经销商、学习专业知识、寻求机构合作,前期市场调研和产品研发,蒋小跃用了整整

两年。在那时,乳胶漆是潮流,艺术涂料还是个新概念。然而,施工、腻子粉、墙面涂料三个板块各自独立,很容易对消费者造成损失。那么,出了问题谁来负责?很难分清,最后都是消费者买单。

“要更多地站在消费者角度思考,哪些需求没有满足,抓住本质的问题。”作为消费者的蒋小跃没有行内人士的局限,紧抓环保、工程质量等核心问题,向外寻求阿克苏诺贝尔、德国巴斯夫等多家国际涂料著名企业的技术支持,开展战略合作。同时,与南开大学形成产学研合作,创办“海能量”底料“涂无忧”、面漆“墙无虑”、整套方案“墙四省”三大系列品牌,深受市场欢迎。

目前,蒋小跃的湖南天越环保科技有限公司50%以上的原材料来自进口,“海能量”全系列产品的获得生态环保部的“中国十环”环保标志,跃升行业前十名。

## 让经销商先赚钱的连锁思维

采访当天一大早,蒋小跃录了祝贺视频发给一位经销商,这是该经销商与“海能量”艺术涂料签约纪念日。

每个经销商的签约纪念日,蒋小跃都会录段视频给他们,总结一年来的成绩和经验,提出来年合作改进的方向。

这样的精细扶持,让“海能量”艺术涂料在短短几年内,在全国发展经销门店1000余家,专卖店500余家。

这在创业初期,是蒋小跃想都不敢想的。“原有经销商都不看好这种包干的模式,只卖艺术涂料当甩手掌柜,没有售后的风险。”蒋小跃说,当时他几乎跑遍了卖涂料的门店,磨破了嘴皮子。

在产品尚未打开市场前,代理商是选择方。如何让他选你?蒋小跃舍得下血本。招商早期,蒋小跃每天都在给代理商的会议中度过。“说是开会,其实就是说服他们代理产品,跟他们介绍产品、讲模式、谈未来。”那时候,不管来多少人,蒋小跃都要豪情满怀地“洗脑”一遍。

被蒋小跃的激情打动,接下来的代理商培训,全国各地几百亿的代理商相约前来。“从早上8点到晚上12点,每次培训5天4晚,白天上课,下午4点到晚上训练跑楼盘实战。”说起那些创业的日子,蒋小跃说,大家都干劲十足,相信跟着我一定能赚到钱。每场培训,蒋小跃都要自掏腰包几十万。

的确,通过遍布全国各地的经销商,“海能量”艺术涂料迅速在全国打开市场,先后荣获了硅藻泥行业十大消费者喜爱品牌、中国质量500强等荣誉。

精细扶持经销商发展,蒋小跃想得更细。“涂料在装修环节的后端,只有向前发力,才能抢市场。”蒋小跃说,通过口红、白酒、香水等大品牌的集采和补贴,经销商以最低的成本拿到活动礼品和市场开拓物资,效果显著。

“通过这些上档次又实用的礼物,老板可以快速切入厨卫、瓷砖、设计师等前端市场。”这些诀窍,让每个经销商赚得盆满钵满,主动加盟者越来越多。

## 一城一人一方案的差异化经销模式

靠经销商打下全国市场框架,并不代表可以躺赢。

这两年,艺术涂料成为装修涂料新蓝海,市场入局者甚多。要走出湖南成为全国品牌,仅有几年根基的“海能量”要如何做?

蒋小跃仍旧在精细上下功夫。10月末,趁着疫情稍停,蒋小跃行走了赣州18个县市。每到一地,他一定会做的一件事是,请包工头吃饭。

“在县城,80%的装修业务在包工头手里,从他们那里,可以获取最真实的市场需求。”用脚步丈量市场的蒋小跃,每个月都有五六天时间在中调研。

他说,中国地域辽阔,风土人情各地迥异,一个产品很难打天下。实地走访,是让产品适应区域化市场的最直接办法。行走中他得知,在广西、贵州等民风淳朴的区域,简单的打折促销就能吸引一大波客户,复杂的促销策略让人望而却步,在一些人心戒备、信任度低的城市,则需要更巧妙的优惠政策。

一城一地不同,不同经销商策略亦不一样。“这次去赣州有个开货车出身的经销商,那就要用有钱的‘打法’,带他切入商会、协会,在圈内建立联盟。”蒋小跃说,对于底子稍差的经销商,则要培养他们低成本联络客户资源的方式。

经过多年的经销商培育,蒋小跃已有了自己的一套理论。对于有明显天花板的建材经销商的选择,他更愿意培养女老板。“男人赚了钱有更大的梦想,对于公司的经销商而言,可能造成经销商的不稳定。而天性追求稳定的女性,与公司发展不谋而合。”蒋小跃说。

去年起,站稳市场的蒋小跃开始大量吸纳行业专业精英,并在上海建立了研发中心,逐渐向原材料等上游迈进。

